

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini bertujuan memberikan penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian & memberikan gambaran dasar mengenai topik bahasan dan menggeneralisasi gagasan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah eksploratif yang mengarah pada studi kelayakan bisnis. Hasil dari penelitian eksploratif adalah ide-ide mengenai permasalahan pokok (Yusuf, 2017). Dengan berkembangnya hipotesis hasil penelitian ini dapat menjawab apakah ide & konsep bisnis dapat dilanjutkan atau tidak.

#### **3.2 Jenis Data**

Data yang digunakan untuk analisis kelayakan usaha dalam penelitian ini adalah data primer, berupa data yang didapatkan dari penelitian langsung di lapangan melalui objek penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Data primer pada aspek pasar dan pemasaran terdiri dari data histori penjualan dalam rupiah, data historis *volume* pembayaran jasa dan data *market share* yang meliputi harga, lokasi, promosi.

b. Aspek Teknis dan Teknologi

Data primer pada aspek teknis dan teknologi terdiri dari data komponen produk, data jumlah peralatan salon serta komponen-komponen teknologi seperti *website* & *payment gateway*.

c. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Data primer pada aspek MSDM terdiri dari data jadwal kerja, data jumlah tenaga kerja dan data deskripsi pekerjaan.

#### d. Aspek Finansial

Data primer pada aspek finansial terdiri dari data sumber dana, data investasi, data biaya operasional termasuk gaji pekerja tidak langsung, data pendapatan dan *cash flow*. Selain itu juga digunakan data sekunder yang diperoleh tidak langsung melalui perantara seperti media dokumen.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

#### **3.3.1. Penelitian Kepustakaan**

Referensi seperti buku, survei, bahan-bahan tertulis yang membahas masalah tentang teori serta informasi yang berkaitan dengan penelitian penulis gunakan untuk memahami lebih mendalam informasi yang dapat dijadikan sebagai *input* penelitian.

#### **3.3.2. Wawancara**

Wawancara merupakan teknis pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.

#### **3.3.3. Kuesioner (Angket)**

Menurut Sugiyono (2016:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

#### **3.3.4. Observasi**

Menurut Subagyo (2007:57) observasi langsung, yaitu cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

Metode observasi melakukan pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan di lapangan. Peneliti melakukan observasi kompetitor bisnis jasa kecantikan untuk mempelajari kelebihan & kekurangan dianding konsep & ide bisnis yang dikaji dalam penelitian ini agar dapat memberi gambaran persaingan dalam industri kecantikan.

### **3.4 Metode Analisis dan Pengolahan Data**

Konsep & ide bisnis akan dianalisa untuk memberi gambaran apakah usaha jasa kecantikan layak atau tidak untuk di *launching*, aspek yang dijadikan acuan analisis sebagai berikut:

#### **3.4.1 Aspek Pemasaran**

##### 1. Analisis Pasar

Melalui riset pasar dilakukan kajian mendalam menyangkut analisis tentang karakteristik konsumen, peluang dan risiko pasar yang akan dimasuki. Secara spesifik analisis aspek pasar meliputi hal-hal berikut:

- a. Analisis kondisi pasar saat ini :
  - Perkembangan permintaan & penawaran jasa kecantikan
  - Perkembangan harga, misalnya 3 tahun terakhir
  - Karakteristik konsumen yang dituju seperti karakteristik demografis seperti usia, tempat tinggal, pekerjaan, dan lain-lain.
  - Jumlah konsumen potensial
  - Kebijakan pemerintah yang terkait dengan usaha
- b. Estimasi kondisi pemasaran di masa mendatang:
  - Estimasi perubahan permintaan & penawaran
  - Perubahan selera konsumen
- c. Estimasi potensi pasar dengan menghitung potensi penerimaan berdasarkan pembelanjaan yang dilakukan konsumen.

##### 2. Analisis Permintaan

Sebagai alat peramalan permintaan metode regresi digunakan untuk memprediksi nilai dimasa mendatang berdasarkan pola data di masa lalu. Penggunaan metode ini didasarkan beberapa variabel yaitu *dependent variabel* (nilai yang akan dicari) & *independent variabel* (variabel yang menentukan). Notasi regresi linier untuk prediksi pola nilai dimasa mendatang sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Variabel “Y” merupakan *dependent variabel* & “X” adalah *independent variabel* dengan “a” & “b” sebagai parameter / koefisien regresi.

#### 4. Marketing Mix

Setiap bisnis pasti memerlukan bauran pemasaran atau lebih sering disebut *marketing mix*. Untuk itu siapapun yang ingin menjalankan usaha harus mengetahui setiap unsur dari bauran pemasaran agar dapat menentukan kebijakan dan keputusan yang tepat.

Bauran pemasaran yang digunakan oleh peneliti terdiri dari 4P yaitu :

##### a. *Product*

Produk adalah Barang atau Jasa yang dapat di transaksikan atau di perjual belikan.

Hal yang perlu dianalisis dari unsur produk antara lain :

##### 1) Jenis produk

Jenis Produk / jasa suatu usaha akan berpengaruh pada ketentuan strategi pemasaran.

##### 2) Kualitas

Kemampuan Produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga mencakup daya tahan produk tersebut, kekuatan dari produk tersebut.

##### 3) Desain

Proses membayangkan atau menciptakan sebuah produk mencakup ukuran, dan bentuk rupa agar sesuai dengan kebutuhan yang di perlukan atau di minati oleh pasar.

#### 4) Kemasan

Sebuah benda yang di gunakan untuk membungkus atau merapihkan sebuah produk agar tampil lebih menarik konsumen.

#### 5) Ukuran

Ukuran adalah pengamatan sebuah benda untuk menunjukkan seberapa besar benda tersebut.

#### 6) Material

Material di sebut juga dengan bahan mentah yang belum di proses.

##### *a. Price*

Price adalah suatu nilai tukar yang dapat di samakan dengan uang atau barang lainnya untuk memperoleh suatu barang atau jasa bagi seseorang.

Beberapa hal yang tidak lepas dari masalah harga dapat diuraikan secara sederhana sebagai berikut :

##### 1) Harga dasar

Harga terkecil atau harga minimum suatu barang atau jasa untuk di peroleh atau di jual belikan.

##### 2) Harga jual

Jumlah yang perlu di bayar oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk barang atau jasa.

##### 3) Harga pesaing

Penerapan harga kompetitif dimana pengguna menggunakan harga pesaing atau rata-rata industri untuk menentukan harga.

##### 4) Potongan harga

Strategi untuk melakukan pengurangan harga dari harga yang sudah di tentukan untuk menciptakan peningkatan penjualan produk atau jasa.

#### 5) Sistem pembayaran

Aturan atau mekanisme untuk melakukan sebuah transaksi pemindahan dana dari suatu kegiatan ekonomi.

#### *c. Place*

Tempat dalam bauran pemasaran adalah saluran distribusi, distributor berperan untuk mendistribusikan produk perusahaan sehingga sampai kepada konsumen.

#### *d. Promotion*

Alat promosi mana yang akan digunakan perusahaan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, serta mengingatkan konsumen atas produk dan perusahaan. Alat yang dapat digunakan antara lain :

##### 1) Periklanan

Penggunaan media untuk memberitahukan konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka untuk melakukan sesuatu. Di mata konsumen periklanan bisa juga untuk mendapatkan informasi dari produk atau jasa yang di iklankan tersebut.

##### 2) Promosi penjualan

Usaha menawarkan atau menyebarluaskan sebuah produk atau jasa untuk menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa tersebut.

### **3.4.2 Aspek Teknis atau Operasi**

#### 1. Analisis Seleksi Produk

Peneliti menggunakan seleksi jasa dengan metode Delphi dalam menentukan responden. Seleksi produk yang akan diproduksi perusahaan dapat

dilaksanakan dengan berbagai cara, antara lain melihat jumlah nilai dari seluruh faktor yang berhubungan dengan produk tersebut.

## 2. Analisis Penentuan Lokasi

Lokasi bisnis mempunyai pengaruh yang besar terhadap biaya operasional dan biaya investasi. Peneliti menggunakan metode Deplhi dalam menentukan jumlah responden untuk melakukan penentuan lokasi. Peneliti menggunakan metode pemeringkatan faktor, metode ini sangat sering digunakan karena mencakup faktor yang sangat luas, mulai dari pendidikan, rekreasi sampai keahlian tenaga kerja

## 3. Analisis *Layout*

Dalam analisis *layout*, peneliti mendesain sebaik mungkin dengan mempertimbangkan efisiensi biaya, efektivitas ruangan, dan keselamatan kerja.

## 4. Analisis Fasilitas

Dalam analisis fasilitas produksi, peneliti menentukan dengan kebutuhan, kegunaan, spesifikasi, dan harga . Karena fasilitas produksi berpengaruh dengan investasi dan penyusutan

### **3.4.3 Aspek Keuangan**

Analisis aspek keuangan meliputi uraian sumber dana, biaya yang akan dikeluarkan untuk menentukan hasil laba yang didapat. Untuk menganalisis aspek keuangan ini, penulis menggunakan beberapa metode, yaitu :

#### 1. Analisis Kebutuhan Modal

##### a. Kebutuhan Modal Investasi

Menurut Subagyo (2007:193) modal investasi adalah dana yang dikeluarkan untuk mendapatkan aktiva tetap yang akan digunakan perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya, seperti pembelian peralatan mesin, kendaraan, pembangunan gedung, dan sebagainya. Untuk menentukan kebutuhan modal investasi, penulis menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif.

##### b. Kebutuhan Modal Kerja

Untuk menganalisis kebutuhan modal kerja, penulis menggunakan metode perputaran aktiva lancar. Metode ini merupakan metode yang

menggunakan tingkat perputaran aktiva lancar untuk menentukan besarnya modal kerja. Tingkat perputaran akan dirinci ke dalam masing-masing elemen dari aktiva lancar. Oleh sebab itu, dilakukan perhitungan pada masing-masing perputaran elemen aktiva lancar.

## 2. Analisis Ratio Keuangan

### a. *Current Ratio*

Untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih penulis menggunakan *current ratio* (Kasmir dan Jakfar 2016:125), dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{aktiva lancar (current assets)}}{\text{utang lancar (current liabilities)}}$$

### b. *Quick Ratio (Acid Test Ratio)*

*Quick ratio* digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan (Kasmir dan Jakfar 2016:126), dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{quick ratio} = \frac{\text{current assets} - \text{inventory}}{\text{current liabilities}}$$

### c. *Debt to Equity Ratio*

Rasio ini digunakan untuk mengetahui perbandingan antara total utang dan modal sendiri (Kasmir dan Jakfar 2016:131). Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* dapat menggunakan perbandingan antara total utang dan total modal sendiri sebagai berikut:

$$\text{debt to equity ratio} = \frac{\text{total utang (debt)}}{\text{equity}}$$

### d. *Inventory Turnover*

Rasio ini digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini berputar dalam satu periode (Kasmir dan Jakfar 2016:136), dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Inventory turnover} = \frac{\text{harga pokok barang yang dijual}}{\text{rata - rata persediaan}}$$

e. *Profit Margin (Profit Margin on Sales)*

Rasio ini diukur antara profit margin dan penjualan, dan diukur dalam persentase (Kasmir dan Jakfar 2016:141), dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{net profit after tax}}{\text{net sales}}$$

f. *Return on Investment*

Rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Kasmir dan Jakfar 2016:142). Rumus untuk mencari *return on investment* sebagai berikut:

$$\text{Return on investment} = \frac{\text{net profit after tax}}{\text{total assets}}$$

g. *Return on Equity*

*Return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri (Kasmir dan Jakfar 2016:143). Rumus untuk *return on equity* sebagai berikut:

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{net profit after tax}}{\text{equity}}$$

### 3. Analisis Investasi

a. *Payback Period*

Metode ini merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun. (Kasmir dan Jakfar, 2016:101).

1) Apabila kas bersih setiap tahun sama:

$$PP = \frac{\text{jumlah investasi}}{\text{kas bersih setahun}} \times 12 \text{ bulan}$$

Dimana kas masuk bersih = EAT + Depresiasi

EAT = laba bersih setelah pajak

2) Apabila kas setiap tahun berbeda:

$$\frac{\text{siswa investasi}}{\text{proceed tahun selanjutnya}} \times 12 \text{ bulan}$$

Jika *payback period* > umur ekonomis, investasi ditolak

Jika *payback period* < umur ekonomis, investasi diterima

#### b. *Net Present Value*

Menurut Subagyo (2007:211) *net present value* adalah metode analisis keuangan yang memperhatikan adanya perubahan nilai uang karena faktor waktu, proyeksi arus kas dapat dinilai sekarang (periode awal investasi) melalui pemotongan nilai dengan faktor pengurang yang dikaitkan dengan biaya modal (persentase bunga). Dalam Sunyoto (2014:19) untuk menghitung NPV dapat menggunakan rumus:

$$npv = \text{aliran kas bersih} - \text{biaya investasi}$$

Dengan kriteria kelayakan :

Jika NPV > 0, investasi diterima

Jika NPV < 0, investasi ditolak

#### c. *Internal Rate of Return*

*Internal rate of return* merupakan metode penilaian kelayakan proyek dengan menggunakan perluasan metode Nilai Sekarang (Subagyo 2007:212). Pada posisi NPV = 0 akan diperoleh tingkat (*rate*) persentase tertentu (misal IRR – x%). Rumus untuk mencari IRR menurut Kasmir dan Jakfar (2016:105)

$$IRR = i_1 \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Dimana :

$i_1$  = tingkat bunga ke 1

$i_2$  = tingkat bunga ke 2

NVP 1 = NPV 1 (positif)

NVP 2 = NVP 2 (negatif)

Kriteria :

Jika IRR > bunga pinjaman, layak

Jika IRR < bunga pinjaman, tidak layak

#### d. *Profitability Index*

Dalam Kasmir dan Jakfar (2016:108) *profitability index* atau *benefit and cost ratio* (B/C *ratio*) adalah rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi.

$$PI = \frac{\sum PV \text{ kas bersih}}{\sum PV \text{ investasi}} 100\%$$

Kriteria:

Apabila PI > 1 maka proyek diterima

Apabila PI < 1 maka proyek ditolak.

#### **3.4.4 Analisis Manajemen dan Sumber Daya Manusia**

Analisis yang digunakan peneliti menggunakan observasi lapangan dan kepustakaan dengan beberapa tahap yaitu:

1. Mendesain Struktur Organisasi, yaitu menyusun struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan, dan struktur pertanggungjawaban.
2. Pengadaan tenaga kerja (*recruitment*), yaitu upaya mencari calon karyawan yang memenuhi syarat tertentu.
3. *Job Analysis*, yaitu menganalisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan jenis pekerjaan tertentu.
4. *Job Specification*, yaitu menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan untuk mengisi suatu jabatan.
5. *Job Description*, yaitu uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota organisasi yang menjabat pekerjaan tertentu.
6. Mendesain Sistem Kompensasi, yaitu menguraikan struktur penggajian secara lengkap untuk semua jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis struktural dan fungsional

#### **3.4.5 Aspek Hukum**

##### **1. Analisis Legalitas Badan Usaha**

Penentuan dan pemilihan bentuk badan hukum yang paling tepat dan sesuai dengan tujuan didirikannya perusahaan dipengaruhi oleh 5 faktor, yaitu:

##### **a. Faktor Tujuan (*Goal*)**

Pertanyaan yang pertama kali muncul adalah apakah tujuan utama didirikannya perusahaan.

##### **b. Faktor Kepemilikan (*Ownership*)**

Pertanyaan selanjutnya adalah berapa orangkah pemilik perusahaan yang akan didirikan, seorang, dua orang, atau lebih dari 20 orang. Jawaban itu membawa konsekuensi terhadap bentuk hukum badan usaha yang akan dibangun.

##### **c. Faktor Permodalan (*Capital*)**

Estimasi modal dasar yang diperlukan untuk mendirikan usaha akan menentukan bentuk hukum badan usaha karena untuk badan ukum tertentu mensyaratkan modal minimal.

d. Faktor Pembagian Risiko (*Risk Sharing*)

Setiap usaha pasti mengandung nilai risiko karena hukum ekonomi mengatakan bahwa antara risiko dan return ada hubungan positif dan signifikan. Pembagian porsi risiko dalam bisnis akan menentukan bentuk badan hukum yang digunakan.

e. Faktor Jangka Waktu (*Timely*)

Batas waktu usia organisasi berpengaruh dalam menentukan jenis badan hukum organisasi yang akan dipilih. Untuk badan hukum tertentu, pemerintah melalui undangundang dan peraturannya tidak membatasi (seperti, yayasan). Namun, ada badan hukum yang batas waktunya harus dibatasi (perseroan terbatas, persekutuan komanditer), walaupun dapat diperpanjang lagi. Berikut adalah tabel evaluasi bentuk badan hukum :

**Tabel 3.4 Evaluasi Bentuk Badan Hukum**

NO.	Badan Hukum	Goal	Ownership	Capital	Risk Sharing	Timely
1	Perseorangan (UD)	Profit	Single	Mikro Kecil	Full Risk	Unlimited
2	Firma	Profit	> 2 orang	Mikro-Kecil	Full Risk	Unlimited
3	Persekutuan Komanditer (CV)	Profit	> 2 orang	Kecil Menengah	Aktif = FR Pasif = Ltd.	Limited
4	Perseroan Terbatas (PT)	Profit	> 2 orang	Kecil–Menengah - Besar	Limited	Limited
5	Perusda/BUMN	Profit / Benefit	Pemerintah	Menengah - Besar	Limited	Limited

6	Koperasi	Benefit	> 20 orang	Kecil - Menengah - Besar	Limited	Unlimited
7	Yayasan	Benefit	> 2 orang	Kecil - Meneng	Limited	Unlimited

Sumber: Subagyo (2007:177)

Keterangan :

FR = Full Risk

Ltd. = Limited

## 2. Analisis Perijinan Usaha

Kegiatan usaha di mana pun selalu memerlukan berbagai dokumen penunjang usaha beserta izin-izin yang diperlukan sebelum menjalankan kegiatannya. Dalam praktiknya terdapat beragam izin. Banyaknya izin dan jenis-jenis izin yang dibutuhkan tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Adapun izin yang dimaksud adalah:

- a. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- c. Izin-izin Usaha
- d. Sertifikasi tanah atau surat-surat berharga yang dimiliki.